

上海市社会科学创新研究基地 / 吴信训工作室

复旦新闻与传播学译库·新媒体系列

吴信训 何道宽 主编

媒介、社会与世界： 社会理论与数字媒介实践

Media, Society, World:
Social Theory and Digital Media Practice

[英] 尼克·库尔德利 著

Nick Couldry

何道宽 译



复旦大学出版社

《媒介、社会与世界》在新媒介研究中涵盖全面、内容新潮、实例丰富，研究广阔的紧迫问题。在经验研究、理论思考上给人启迪，以一卷篇幅概览媒介的学术研究和历史发展。在研究范围和学术雄心上都酷似曼纽尔·卡斯特的著作。

——衣阿华大学约翰·达拉姆·彼得斯

媒介有相互再构造、去中心化、去中介化的功能。日益缩小的世界出现了令人惊诧的感知体验：急剧变化的新的邻接性。“社会”不再是迪尔凯姆追求的那种终极解释。库尔德利对这个星移斗转的世界的描绘应时代之急需，提供了与技术谄媚者短命的热情相对应的样板。他邀请我们去直面一个基本的关键问题：新、旧媒介使我们彼此产生什么影响？应该容许我们彼此产生什么影响？

——巴黎政治大学丹尼尔·达杨

尼克·库尔德利的这本书洞幽烛微、睿智犀利，令人不忍释手。他将社会理论、媒介分析和细腻观察熔为一炉，进行了独具慧眼的整合，促使我们深思：在媒介饱和的实践里，生活意味着什么。

——伦敦政治经济学院索尼娅·利文斯通

上架建议 新闻学与传播学

ISBN 978-7-309-10438-7



9 787309 104387 >

定价：42.00元

上海市社会科学创新研究基地 / 吴信训工作室

复旦新闻与传播学译库·新媒体系列

吴信训 何道宽 主编

微信扫描二维码PDF高清版

电子版地址: <http://weidian.com/item.html?itemID=1687157990>

媒介、社会与世界： 社会理论与数字媒介实践

Media, Society, World:
Social Theory and Digital Media Practice

[英] 尼克·库尔德利 著
Nick Couldry
何道宽 译



复旦大学出版社

上海市社会科学创新研究基地 / 吴信训工作室

复旦新闻与传播学译库·新媒体系列

吴信训 何道宽 主编

媒介、社会与世界： 社会理论与数字媒介实践

Media, Society, World:
Social Theory and Digital Media Practice

[英] 尼克·库尔德利 著

Nick Couldry

何道宽 译

 复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

媒介、社会与世界:社会理论与数字媒介实践/[英]库尔德利(Couldry, N.)著;何道宽译.
—上海:复旦大学出版社,2014.5

(复旦新闻与传播学译库·新媒体系列)

书名原文:Media, society, world: social theory and digital media practice

ISBN 978-7-309-10438-7

I. 媒… II. ①库…②何… III. 传播媒介-研究 IV. G206.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第047930号

上海市版权局著作权合同登记图字:09-2012-830

This edition is published by arrangement with Polity Press Ltd., Cambridge.

英国政体出版社许可本书由中国上海复旦大学出版社独家发行。

All rights reserved.

媒介、社会与世界:社会理论与数字媒介实践
[英]库尔德利(Couldry, N.) 著 何道宽 译
责任编辑/章永宏

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路579号 邮编:200433

网址:fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

江苏省句容市排印厂

开本787×960 1/16 印张21.25 字数362千

2014年5月第1版第1次印刷

ISBN 978-7-309-10438-7/G·1278

定价:42.00元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

我们考察用的参考轴必须旋转,但那是围绕我们真实需求不动点的旋转。

——维特根斯坦,《哲学研究》,1978[1953]: 46

中文版序

几个星期之后,我的《媒介、社会与世界》中文版即将问世,思之令人激动。该书凝聚了我15年思考媒介与权力关系和社会秩序的心得:我吸收社会理论,努力提出一套理论概念,以廓清这个错综复杂、令人困惑的媒介化世界。

在我们这个时代,媒介及其制度的性质正在剧变,这些变革对政治、社会和文化产生重大的影响;其影响涉及各个层次,直至全球规模。本书论述媒介如何推进人对“社会”和“世界”的贡献,这里所谓“世界”,既是地缘政治世界,亦是人的经验世界;人的经验世界有时可能是非常局部的经验,但常常是本地和远方要素的混合。这些经验内容和界面谓之“媒介”。今天,媒介变革的某些方面几乎面目全非,与十年前迥然不同了;建设合法性媒介制度并使之成为全社会“发声”的可行性,也发生了急剧变化。信息和媒介平台剧增,我们跨界迁徙的能力随之增强,广告的性质也受到深刻的影响。如此,支持媒介内容制度性生产的基本经济的要素,亦处在巨变之中;媒介变化的长远压力正在加剧,且不限于报业。这一切变革的性质是跨越国界的,由技术复制和模仿驱动,不受国界局限,因此,用国际视野思考媒介、社会与世界的关系势在必行。撰写本书的目的是促进围绕媒介、社会与世界关系的论辩,中文版的问世对促成这样的论辩,意义重大。

中国是社会体量最大的国家,它所面对的组织社会政治和媒介的关系问题也是最复杂的。因此,在思考媒介、社会与世界的关系时,中国就成了一个重要的参照点。但我得承认,自20世纪90年代中期至21世纪初的前几年间,中国并不在我思考问题的前列。我写书时身居英国,想要提出媒介制度权力的社会再生产的一般理论。不过,我也有意从事媒介研究的国际比较。我的田野工作基于英国,彼时的媒介研究以英语国家视野为主导,那种视野足以支撑我的研究:我不必关注自己论述的实用性是否有明确的国际例证。今天,我不必为本书的视野辩护,因为英语拥有“普世性”的观点是我和其他作者彼时的典型特征。然而实际上,我的“媒介仪式”理论(2003)已被用于中国“超级女声”(Supergirl)等媒介现

象；此外，我的《媒介仪式的批判路径》(*Media Rituals: A Critical Approach*)正在被译成中文，即将在中国出版。令人高兴的是，媒介研究领域已经高度国际化，像我过去那样把特殊当作一般来论述不再可行了。

这一变革之所以发生，一定程度上是由于媒介研究领域重要成果的影响，例子有詹姆斯·柯兰和朴敏均(Min-Jyun Park)合著的《媒介研究的去西方化》(*De-Westernizing Media Studies*)和达雅·屠苏(Daya Thussu)的《媒介研究的国际化》(*Internationalizing Media Studies*)。但同样重要的是，一些底层因素也在起作用。首先，作为媒介研究的对象，民众流动的国际化日益强劲，阿荣·阿帕杜莱(Arjun Appadurai)称之为“民族景观”(ethnoscape)。其次，人们日常的媒介经验有一个明显的特征：人的意识范围大大超越了本地的范围甚至国家的边界。频仍的可怕事件(如“9·11”恐怖袭击)以及中国、日本、南亚等地的环境灾难造成了强大的冲击。同理，在许多不同的国家里，新传播技术比如手机的使用出现了类似的现象，因此，人们日益意识到新传播技术的重要性，并普遍感觉到万维网高效而无穷的链接功能。还有一个潜隐、见效略缓的原因：在21世纪的头十年里，媒介基础设施的根基剧变，且涉及许多维度，如果只从一个国家的视角来看问题，那就不足以把握正在发生的变革，也不足以了解外表虽变而实际照旧的现象。比如，如果你有志于研究博客，却不考虑其在韩国或伊朗的发展，岂不是很荒唐？因为在几个时间点上，博客在这两个国家的文化和政治生活中获得了显著的地位。同样，如果你有志于研究推特之类的微博客平台，却又忽视中国的微博，你就不可能是严谨的学者，因为在中国独特的政治语境中，微博的政治权重无与伦比，远超推特在西方的地位。

本书旨在探寻一条路子，以思考媒介与社会和世界的关系，我试图提出把握三者关系的社会理论；虽然写书的语境打上了英国的印记，但支撑这一理论的资讯是来自世界各地的例子，包括中国的例子。那就意味着，本书在其他国家被接受的情况至关重要，那是衡量其目标是否业已实现的指标。我以极大的兴趣期待中文版问世后的反响。

然而，之所以国际读者尤其中国读者对我至关重要，还有两个特别的原因。第一个原因和本书的主题有关：在人口众多的大型社会里，制度生产的大型媒体

是否能维持其全民注意焦点的角色？是否能继续充当观照社会的“窗口”？换言之，我所谓的“媒介中心神话”是否还有长远的前途？如果其前途不佳，媒介化社会的社会政治将表现出前所未有的形式，比如，国家聚焦的政治就可能失去媒体确保的“显现的空间”（space of appearances，政治学家汉娜·阿伦特^①语）。这些问题是英国和美国的问题，也是欧洲、美洲、中东、非洲和亚洲的问题，但媒介制度不确定的未来令人关注，在中国尤其如此，因为中国的国情是：市场与国家制度混合，政治机构复杂，较量激烈。本书不佯装为这些中国问题提供答案，然而，它提出了一些普遍有用的中程概念，第三章和第四章尤其如此；或许，这些概念有助于思考中国未来一二十年媒介制度发展的框架吧。

之所以将本书需要奉献给中国读者，那是因为它所强调的建构理解媒介的比较框架涉及许多方面，不限于我提出的理论概念。第二章描绘媒介实践的框架非常开放，许多日常生活中新近出现的与媒介相关的“实践”都在考察之列。这个框架借鉴了当代社会理论中的“实践理论”，我刻意使之非常开放以涵盖地理和历史的比较。

第七章为比较世界范围内的“媒介文化”提供了一个清晰的框架，其重要维度取自一个人类7种需求的范式。发展经济学家阿马蒂亚·森^②论人类“能力”的重要成果给我启示，这个比较框架还取自我和安德利亚斯·赫普（Andreas Hepp）论“媒介文化”的著作（赫普执教于德国不莱梅大学）。同时我必须坦承，本章思想的主要启示来自邱林川^③博士，那是他2009年在布里斯班宣讲的论文，他论述了中国农民工对信息和传播技术的需求。对我而言，那次经验犹如晴天霹雳，因为它使我们对媒介和信息环境的理解被颠覆了，我们开始思考，信息和传播技术的使用是由底层经济需求决定的。他的研究显示农民工的特殊生活环境：千里迢

① 汉娜·阿伦特（Hannah Arendt, 1906—1975），德裔美国政治学家、思想家，法兰克福学派代表人物之一，著有《极权主义的起源》、《人的境遇》、《精神生活》、《康德政治哲学讲义》等。

② 阿马蒂亚·森（Amartya Sen, 1933—），印度经济学家、哲学家，1998年诺贝尔经济学奖得主，研究福利经济学，关注穷人，代表作有《技术选择》、《集体选择与社会福利》、《论经济不公平》、《就业、技术与发展》、《贫穷和饥荒》、《选择、福利和量度》、《资源、价值和发展》、《商品和能力》、《伦理学与经济学》、《生活标准》、《饥饿政治经济学》、《再论不平等》、《生活质量》、《以自由看待发展》、《理性与自由》、《身份与暴力》等。

③ 邱林川，传播学博士、副教授，执教于香港中文大学，研究发展传播学、社会阶层与阶级、全球化及社会变迁，著有《新媒体事件研究》、《移动通信与社会》、《工人阶级的网络社会》等。

迢离乡背井外出打工。于是我想，“需求”应该是形塑世界上无数“媒介文化”的关键要素，这是底层需求的要素。

鼓励比较视野的兴趣还见诸最后一章，目的是反映建构全球媒介伦理的可能性，媒介伦理应该充分反映各个层次包括全球层次的媒介问题。这一章还思考建设媒介话语的可能性，有关媒介资源在全球范围内分布的公正和不公的问题，均在考虑之列。

以上几个方面显示，本书等待翻译成中文已有一段时间，我期待聆听这个中译本激起的论辩。我相信，如果有幸跟踪中译本的反响，不同意见的论辩将对我思考媒介、社会与世界产生重大的影响。

序文结束之际，容我感谢何道宽教授为本书的翻译所付出的辛勤劳动，是他把本书送达中国读者。同时，我要感谢复旦大学出版社的高效运作，感谢他们对本书的信赖。

最后要感谢的是我的朋友邱林川博士，不仅要感谢他在本书构想过程中给我的启示，已如上述，而且要感谢他的鼎力推荐，使中译本成为可能。

尼克·库尔德利

于伦敦经济政治学院

2003年11月

译者序

一、作者译名和成就

Nick Couldry 的译名混乱,计有寇德瑞、库德瑞、柯尔迪三种。经请教 Couldry 本人,决定定名为尼克·库尔德利(他告诉我,其家姓读作 cool dry)。

库尔德利是英国传播学教授,执教于伦敦大学金匠学院。他主攻文化研究、媒介研究和媒介社会学,继承并弘扬了英国文化研究的传统,旗帜鲜明地批判新自由主义。他紧追学术前沿、思想新锐。在 15 年的学术生涯中,他推出的 8 种学术论著分别是:

- 1.《媒介仪式:批判路径》(*Media Rituals: A Critical Approach*)
- 2.《为何发声那么重要:新自由主义之后的文化与政治》(*Why Voice Matters: Culture and Politics After Neoliberalism*)
- 3.《媒介、社会与世界:社会理论与数字媒介实践》(*Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*)
- 4.《洞察文化:文化研究方法的再想象》(*Inside Culture: Reimagining the Method of Cultural Studies*)
- 5.《媒介权力的地位:媒介时代的朝觐者和目击者》(*The Place of Media Power: Pilgrims and Witnesses of the Media Age*)
- 6.《全球时代的媒介事件》(*Media Events in a Global Age*)
- 7.《媒介消费与公共参与:超越注意力的预设》(*Media Consumption and Public Engagement: Beyond the Presumption of Attention*)(合著)
- 8.《超越回声的聆听:不稳定世界里的媒介、伦理和中介》(*Listening Beyond the Echoes: Media, Ethics, and Agency in an Uncertain World*)(合著)

二、书名解析

《媒介、社会与世界》含三个关键词。作者对其作了如下解释。

“社会”还是那个常规意义:社会组织和社会生活的容器。不过,有些跨国界

的人生活在几个“社会”里。

“世界”是我们生活的环境，大到地球这样大尺度的空间。

“媒介”比“传播”的意义狭隘，但比传统媒体（报纸、广播、电视、电影）的意义宽泛得多。“媒介”包括一切制度化的、用于传播符号内容的结构、格式、形式和界面。

本书的副标题“社会理论与数字媒介实践”，有两层意思，意在避免两种错误的转向：①空中楼阁式的媒介理论；②规避大话空话。作者竭力使媒介理论贴近普通人，而不是技术精英。

三、主题、方法论与提要

《媒介、社会与世界：社会理论与数字媒介实践》突出媒介实践和媒介仪式，破解媒介权力的显著特征和隐性伤害，阐述媒介化社会的奥秘，批判媒介中心神话，探究媒介文化底层的社会心理文化需求，构建媒介伦理和媒介正义框架。

该书分八章：数字媒介与社会理论；媒介实践；作为仪式和社会形式的媒介；媒介对社会的隐性形塑功能；网络化社会，网络化政治；媒介与资本和权威的转化；媒介文化；媒介伦理，媒介正义。

第一章为导论，以媒介研究的方法论为重点；第二章讲媒介实践，是作者媒介研究方法论的落脚点；第三章重点考察媒介仪式和媒介中心神话，讲媒介的分类和范畴；第四章论媒介的隐性影响，包括隐性的伤害和符号的暴力；第五章是对媒介批评的批评，讲媒介的政治经济学；第六章审视媒介饱和对教育、医学、法律、政治等领域的影响，重温权威、资本等经典概念；第七章回到媒介文化的底层动态关系，从经济需求、族属需求、政治需求、被承认的需求、信仰需求、社会需求和休闲需求审视媒介文化；第八章研究当代生活方式涉及的伦理问题和正义问题。

作者用一个四端的金字塔来图示媒介研究的四种可能的方法论：媒介“文本”，媒介生产、流通和接受的“政治经济学”，媒介的技术性能，媒介的社会应用。本书的方法论偏重第四种：媒介的社会应用，即媒介实践。

他对这一方法论作了如下解释：“按照这一理论，被置于前台的是媒介如何被应用，如何形塑社会生活，在媒介里流通的意义如何产生社会影响。这种媒介理论没有一个得心应手的名字，所以请允许我用一个略显笨拙的名字：社会取向的

媒介理论 (socially oriented media theory)。这一理论建基于媒介建构的、媒介使之成立的社会过程。其学科联系首先是社会学,而不是文学、经济学、技术史和视觉传播。”(p. 8)

又追加了三点说明:“第一点,这不是媒介中心主义的方法论……第二点,我的方法论焦点不是媒介产品、界面和平台的生产,而是人们利用这些媒介的产出从事的任务……第三点,本书有意成为一个工具箱,我们借用社会理论的棱镜考虑日常实践与数字媒介的关系。”(pp. xi - xii)

第一章“导论”提出本书试图回答有关媒介理论的六个问题:① 什么是媒介,谁是媒介,媒介在哪里?② 我们用媒介做什么?③ 媒介的运行还有经济活力吗?④ 媒介机构的社会/政治地位正在发生什么样的变化?⑤ 媒介以多大规模产生影响?⑥ 怎样才能用媒介生活得好?(p. 12)

以下各章围绕这些问题展开讨论。

本书的“总结”以明快的语言重申各章要义,值得大段引用。(pp. 206 - 208)

“第一章检视媒介及其未来的不确定性……

“本书的主要论点始于第二章,我们探索媒介实践,探索形塑媒介实践的基本需求如社群、互动、协调、信赖和自由的需求,在个人的层次上、个人与他人以及群体的层次上探索媒介实践是如何形成的……

“在第三章里,我们探索媒介在社会形式(如仪式)生产中的作用,其背景是一切人对稳定和秩序的需求;在这里,大型机构(国家、公司、媒体)控制资源和权威的驱力与个人和群体被承认的需求产生冲突……

“在第四章里,我们具体考察个人、群体和社会被伤害的可能性,媒介机构运行的赤字或失衡可能会造成伤害:在这一章里,媒介不公的问题首次浮出水面……

“在第五章里,我们考虑媒介对大型社会组织和政治组织隐含的命题,又考虑数字媒介原则上能促成的社会行为和政治行为的大尺度延伸。有人看见走向更大民主化的转移,同时,我们发现很大的不稳定性:各种规模的社会行为者利用扩大了的行动范围,它们的争斗导致的民主既可能增加,也可能减少。无疑,如果没有自由媒介,民主就不可能;但其自然结果未必是,“更多的媒介”就意味着

“更多的民主”；更加精细的社会研究势在必行。一连串的问题接踵而至：传播空间的密度，传播空间由某些制度力量主导的内在趋势，媒介饱和文化对这种主导力量持续的挑战所受到的内在约束……

“在第六章里，我们考虑了媒介化在一些领域产生的后果；这些领域生成了权威、权力、资本和个人被认可的名望，人们为诸如此类的东西而展开争夺……

“在第七章里，我们用国际化的参照系去考虑各种媒介文化，我们对媒介文化的理解被置入多重历史轨迹的语境，我们在形塑人类生活的全套需求里去理解媒介文化……

“在第八章里，我们考虑我们生活中的媒介伦理、媒介正义和媒介不公。我们考虑了一些基本的价值，比如协同、合作、无伤害的好处。”

四、相通的政治经济文化关怀

近年来，我翻译出版了几种政治学、传媒政治经济学和媒介文化的书，均有创意，颇有锋芒。它们是：《新政治文化》（社科文献），《重新思考文化政策》（人大），《互联网的误读》（人大），《媒介、社会与世界》、《群众与暴民》和《新新媒介》（复旦）。

《新政治文化》断言阶级政治消解，党派政治式微，侍从政治淡出，认为阶级、党派、阶层、群体、集团的利益似在趋同。然而，它又承认，在乌托邦似的理想社会实现之前，任何社会都是分层分派的，因而，马克思主义的经济分析、非马克思主义的分层理论仍然适用。

《重新思考文化政策》批判“新自由主义”、“新自由主义的文化政策”和“新自由主义全球化”，质疑由资本家的利益和狭义的政府利益决定的文化议程。

《互联网的误读》从史学、社会学、政治学和经济学的视角介绍互联网的历史与现状，批判技术中心主义，矫正敬畏、惊叹和迷信的误读，现实针对性极强。

《媒介、社会与世界》是媒介研究和媒介社会学的力作，继承了英国文化研究的传统，旗帜鲜明地批判新自由主义，破解媒介文化比较研究中的西方中心思想。

《群众与暴民》梳理数千年来群众与暴民这两个关键词的演化，是西方政治思想史的力作，有助于我们理解国内政治、国际政治和网络政治行为，具有重大的现实意义。

《新新媒介》从媒介哲学和媒介演化的角度阐述了新新媒介的性质、定义、原理和特征,探究新新媒介和个人社交媒介的社会文化影响。

何道宽

于深圳大学文化产业研究院

深圳大学传媒与文化发展研究中心

2013年6月26日

前 言

本书讲媒介对社会组织和我们人生在世感觉的影响。书名需要分解成几个关键词予以解释。“社会”还是原来那个意思：社会是社会组织的容器，我们就生活在这个容器里。不过，国别社会（national society）的边界不再包容我们“共同”生活感觉的全部过程；有些主要的群体（无国界的人，即频繁跨越国界谋生的人）不止简单地生活在一个“社会”里。“世界”指的是对我们的生活空间富有意蕴的环境，大到地球这样大尺度的空间。本书所论的“媒介”比“传播”的意义狭隘，但比传统媒体（报纸、广播、电视、电影）的意义宽泛得多。我所谓的“媒介”包括一切制度化的、用于传播符号内容的结构、格式（format）、形式和界面。当一切象征性内容都已数字化、许多平台既承载大众生产的内容又承载人际传播时，“大众媒介”和一般“传播”研究的旧式分割边界模糊起来，但我继续使用“媒介”一词去表示，“媒介”是生产、传播和接收内容的“制度化”的形式和平台，这种“制度化”的形式和平台是本书的首要焦点。在这个意义上，媒介和权力的关系剪不断、理还乱。

本书的副标题“社会理论与数字媒介实践”表示，我想避免理解媒介、社会和世界三者关系中两种错误的转向。首先，许多论者认为^[1]，论媒介的媒介评论（media commentary about media）是蹩脚的指南，难以理解媒介正在发生的变化，这有诸多原因。大众媒介生产直接受营销实践的影响，想要营销新的产品、界面和平台的人，声称某种程度上掌控着“媒介的未来”的人，尤其影响着大众媒介的生产。媒介（及其资源）的媒介评论者常常是醉心于技术的精英，所以他们对媒介正在发生的变化所作的解说，必然和他们自己的区分策略（strategies of distinction）捆绑在一起。媒介制度潜隐的兴趣是维护自己在社会基础结构中的“核心”地位（基础结构是我们寻找“正在发生什么事情”的地方），社会基础结构影响着媒介对社会生活的叙述。其次，为了规避媒介研究中大话空话的陷阱，我们的研究必须贴近所有人，贴近他们正在用媒介所做的事情，而不是贴近热爱技

术的精英。因此,你在本书中找不到多少精英人士早期采用技术的内容,我更感兴趣的是横跨人口断面的群体使用媒介的习惯。我感兴趣的焦点是人们使用媒介的日常习惯,是人们日常的一些设想:如何用媒介做事情,哪里去获取信息和形象,什么信息能得到流通,如何流通;唯其如此,我们才能掌握媒介与社会和世界的关系。在过去的15年间,以上的一些设想一直在迅速变化。

说媒介与“社会”和“世界”的关系,那就意味着一个或隐或现的观点:社会世界(social world)里“存在着”什么。这就是采用了社会本体论(social ontology)的立场:在我们所谓的“社会”空间里存在着什么样的事物、关系和过程。在一个层次上,这意味着吸收“社会理论”。但在这里,我们必须避免另一个更加微妙的陷阱:我们吸收的一种牌号的社会理论对我们如何理解媒介正在发生的变化起到了局限的作用。

三种问题造成了这样的局限。第一,至20世纪90年代初,大多数社会学理论和社会理论都忽视了对媒介的论述。直到安东尼·吉登斯^①对现代性的研究、约翰·汤普森(John Thompson)对媒介和现代性的研究、曼纽尔·卡斯特^②对“网络社会”兴起的研究问世,这个受局限的形势才得以逆转;接踵而起的是20世纪80年代的一些重要成果,这些成果包括对传播技术和其他技术的社会适应和社会变化的研究^[2]。顺便指出,政治学也出现同样的盲区^[3],而且人们花了更长的时间才认识到这样的盲区。第二,这些干扰妨碍人们理解媒介改变社会组织的可能性,不能激发视域宽广的研究,比如,有关媒介如何改变其他社会学术语(阶级、群体构成等)的研究也难以受到激励。结果,迄今为止尚未出现媒介如何改变社会本体的综合叙述。第三,有些社会学家把媒介作为自己优先的研究对象,他们优先研究的是媒介的技术基础,但这个版本的社会理论无助于理解媒介,无助于理解媒介在社会生活里的作用。有时,这种研究受一种转向的影响:或者是“非表征理论”(non-representational theory)的转向,或者是更加宽泛的、摒弃任何

① 安东尼·吉登斯(Anthony Giddens,1938—),英国社会学家,提出结构理论与当代社会的整体论,著有《社会学方法的新规则》、《社会的构成》、《民族—国家与暴力》、《现代性与自我认同》、《第三条道路:社会民主主义的复兴》、《超越左与右》、《失控的世界》等。

② 曼纽尔·卡斯特(Manuel Castells,1942—),西班牙裔美国传播学家、国际著名学者,长期在欧美若干大学执教,著有20余种书,要者有《信息时代三部曲:经济、社会与文化》、《互联网星汉》、《网络社会的崛起》、《传播的权力》等。

社会秩序观念的转向,其偏爱是排他性的语汇诸如“情感”、“强度”,甚至“纯内在性”(pure immanence)。诸如此类的方法论将广义的哲学反对意见搁置一边^[4],无助于我们对媒介表征世界进行分析性把握,尤其无助于我们把握媒介如何表征社会现象及社会排序机制,因为媒介制度的功能之一就是表征社会现象。同理,这些方法论政治上也无助益,因为它们不理睬媒介在社会知识生产中的作用,忽视媒介表征作用的失灵——在表征日益不平等的多种世界上,媒介显然是失职了。

思考媒介时,我将利用并发展这样一种社会理论:它重视表征、表征权力的作用,重视我们与表征技术的互动,重视我们在“社会秩序”里如何发挥作用。社会秩序不是既定的或自然的状态;它是在实践中建构,用符号表征的;社会生活“秩序”的媒介表征帮助建构和实施那样的“社会秩序”。社会秩序不是既定的活自然的状态,它是在实践中构建的,用符号表征的;媒介对社会生活秩序的表征有助于秩序的规定和运行。

在社会理论的层次上,本书以第一、二章的本体论(在社会和媒介的世界里存在着什么)开卷。接着的第三、四章讲分类和范畴(媒介如何分割并整合社会世界)。第五、六章转向累积:为建设或反对权力而积累社会资源,以及累积和竞争过程中出现的系统的复杂机制。第七、八章讲评估问题:形塑群体和文化在无限多样的媒介中进行挑选的需求;媒介如何促成我们共同生活的大评估框架——我们珍惜的、公正的共同生活的评估框架。使全书多种主题纽结在一起的是一种关怀:我们要更好地理解,媒介如何对我们的知识、机构和伦理作出贡献。

本书研究媒介的方法论还有三点需要说明。第一,这不是媒介中心主义的方法论。我不认为,媒介是人们生活中最重要的事物;媒介研究存在一个问题,它常常把媒介当作生活中最重要的东西。相反,我的方法论基础是对日常行为和习惯的分析。媒介产出的形势和技术基础日新月异时,媒介分析的社会基础尤其重要。从这个大视角的起点看,出现一些难题:独立的媒介社会学、媒介研究能成立吗?媒介和传播网络实现了跨国界的指数增长,聚焦于国别社会的社会学是否成了冗余的累赘呢?这些变化过程是否根本改变了权力的性质呢?媒介的变化如何改变日常生活的现象学和伦理学呢?第二,我的方法论焦点不是媒介产品、

界面和平台的生产,而是人们利用这些产出从事的任务。因此可以说,本书意在
对媒介的政治经济研究进行补充。媒介的政治经济研究使我们的认识为之一变:
我们对媒介的生产和流通有了更好的了解;对形塑媒介生产和流通的经济力量亦
有了更好的了解^[5]。这是因为我自己的著作最初也源于受众研究。然而,媒介
生产研究或媒介消费研究这样的简单划界再也维持不下去了:政治经济学必须
考虑消费者或受众的生产,有时,本书还偏离生产,研究生产的逻辑。由于“政治
经济学”研究和“受众”都是宏大的研究领域,这两种研究的分工还是必不可少
的。第三,本书有意成为一个工具箱,我们借用社会理论的棱镜考虑日常实践与
数字媒介的关系。第一、二章打基础,提出总体的视角,考察媒介的当下转化,以
及媒介实践的这种惯例。至于其他章节,读者不妨挑选自己的路径,不妨带着自
己最感兴趣的问题去决定研读的顺序。

在撰写本书过程中的许多探索路径中,我深深感谢两位最关键的精神导师:
我的硕士导师和博士导师大卫·莫利(David Morley),他在我这位30岁出头的后
生身上看到了从事研究的潜力;已故的罗杰·希尔维斯通(Roger Silverstone)。他
是我的博士论文审读人,在伦敦经济学院执教,在此创建了该校的媒介研究网站,
我也为自己在该校的一段经历而自豪。

感谢我在伦敦大学戈尔德史密斯学院主讲的“媒介仪式”课的学生。

众多的同事和朋友以多种形式给予宝贵帮助,我对他们心存感激。

特别感谢 Polity 出版社的编辑安德里亚·德鲁根(Anrea Druggan)。

本书酝酿多年,实际撰写时则极其忙碌。感谢我的妻子路易丝·爱德华兹
(Louise Edwards),感谢她的爱、支持和信赖。没有她就没有这本书。

注释

【1】 See, from various perspectives, Livingstone (1999: 61), Caldwell (2000:
15), Herring (2004), Hijazi-Omari and Ribak (2008).

【2】 Giddens (1990), Thompson (1995), Castells (1996), Silverstone (1994).
More recently, see Beck (2000a: 12), Hardt and Negri (2000: 347 - 348),
Urry (2000: 183).

【3】 Jensen (2010: 105).

【4】 I deal with aspects of this elsewhere: Couldry (2010: ch. 5).

【5】 Important recent work includes: Bagdikian (2004), Curran and Seaton (2007), Curran, Fenton and Freedman (forthcoming), Hesmondhalgh (2007), Kraidy and Khalil (2009), Mayer (2011), McChesney (2008), Mosco (2009), Schiller (2007), Chakravarty and Zhao (2008).

目 录

■ 中文版序	001
■ 译者序	001
■ 前言	001
■ 第一章 数字媒介与社会理论	001
第一节 媒介变革的暗喻	003
第二节 走向社会取向的媒介伦理	006
第三节 数字革命及其不确定性	008
一、什么是媒介,谁是媒介,媒介在哪里?	011
二、我们用媒介做什么?	015
三、媒介的运行还有经济活力吗?	017
四、媒介机构的社会/政治地位正在发生什么样的变化?	019
五、媒介在多大规模上产生影响?	021
六、怎样才能用媒介生活得好?	024
第四节 一个工具箱,几条指针	024
■ 第二章 媒介实践	038
第一节 媒介研究的背景	040
第二节 社会理论的实践	042
第三节 媒介实践的多种类型	046
一、搜索与搜索能力的养成	047
二、展示和被显示	049
三、在场	051
四、归档	053

五、媒介习惯的复合体	054
第四节 小结	057
■ 第三章 作为仪式和社会形式的媒介	065
第一节 媒介实践与社会秩序：一场重要的论战	068
第二节 作为仪式的媒介	070
一、背景与基本概念	071
二、比较视角里的媒介中心神话	073
第三节 媒介仪式的灵活性	075
一、模式化行为	075
二、范畴的作用	077
第四节 媒介事件的平常化	080
第五节 名流文化	082
■ 第四章 媒介对社会的隐性形塑功能	090
第一节 媒介权力的鲜明特征	091
第二节 媒介权力的隐性伤痕	094
早期的洞见	095
第三节 数字媒介有民主化功能吗？	099
第四节 媒介与公共话语的形塑	102
一、名流现象与犯罪	104
二、搜索引擎的功能	106
第五节 小结	107
■ 第五章 网络化社会，网络化政治？	114
第一节 缺失的社会要素	115
第二节 数字媒介、政治与社会转型	122
一、政治的两个要素：谁和什么	123
二、变化中的政治参与条件（政治的“为什么”）	127
第三节 公共政治的新路径	130

第六章	媒介与资本和权威的转化	140
第一节	关于媒介化的辩论	140
第二节	媒介、资本与权威	144
一、场域论和媒介的普遍影响		144
二、媒介元资本和流行偶像		145
第三节	媒介和政治、教育、宗教及艺术的场域	148
一、政治的媒介化		149
二、教育、宗教及艺术的媒介化		152
三、权威和机构容易渗透的空隙		156
第四节	小结	157
第七章	媒介文化：一个正在展开的世界	163
第一节	何为媒介文化？	165
第二节	从需求视角看媒介文化	168
一、经济需求		169
二、族属需求		171
三、政治需求		172
四、被承认的需求		175
五、信仰需求		177
六、社会需求		178
七、休闲需求		180
第三节	小结	181
第八章	媒介伦理，媒介正义	188
第一节	尚待开辟的路径	190
媒介伦理初探		193
第二节	媒介实践美德	196
一、准确与诚信		196
二、谨慎的美德		199

第三节	媒介不公	203
一、	媒介不公的研究路径	204
二、	媒介不公的类型	206
第四节	总结：围绕我们需求的不动点	208
参考文献		218
关键词中英文对照索引		276
译者后记		313
附录一	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录二	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录三	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录四	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录五	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录六	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录七	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录八	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录九	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录十	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录十一	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录十二	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录十三	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录十四	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录十五	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录十六	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录十七	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录十八	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录十九	《世界日报》创刊五十周年纪念册	
附录二十	《世界日报》创刊五十周年纪念册	

第一章 数字媒介与社会理论

媒介弥漫在我们的感官中,我们对世界的感觉里充盈着媒介。这是一个熙来攘往的世界、富于幻想的世界、全球政治合成图的世界。历史学家布罗代尔^①写道,15世纪末之前,人类的生活一直分割为“不同的星体”,各据地球一隅,并无有效接触^[1]。诸多因素(经济、政治、军事)和诸多过程(贸易、运输、计量)促成了我们今天视之为理所当然的世界。然而,将这一世界作为“既定事实”置入日常事务的却是媒介,媒介正在以不断变换的方式将世界置入我们的日常事务中。1865年,林肯总统被刺的消息12天以后才传到大西洋彼岸^[2],然而到2011年年初,阿拉伯国家的政治危机爆发时,受众中午休息时看到这一突发新闻;一定程度上,这样的危机是由跨国电视节目和网络社交媒介点燃的。

半个世纪以前,保罗·拉扎斯菲尔德^②和罗伯特·默顿^③问,什么是“我们社会里媒介存在的效应”^[3]?他们心里想到的社会是国别社会,而且对许多重要的问题,民族国家迄今仍然是极端重要的,从人口流动控制到法定身份和电讯的规制,民族国家仍然是很重要的。然而,“社会”再也不能框定在国别边界内。实际上,经过近年的重新思考之后,“社会”的概念不再如故——不再是不可分割的“整体”,而我们是这个整体的组成部分。正如安东尼·吉登斯所言,社会不再是“整体”,而是有相对“体系性”(systemness)的若干层次,这些措辞兴起的背景是跨越或忽视国界的其他许多流动和关系^[4]。由此可见,媒介的社会影响应该在

① 费尔南·布罗代尔(Fernand Braudel,1902—1985),法国年鉴学派第二代著名史学家,著有《利浦二世时代的地中海和地中海世界》、《15至18世纪的物质文明、经济和资本主义》、《法兰西的特性》、《地中海考古:史前史和古代史》、《文明史纲》等。

② 保罗·拉扎斯菲尔德(Paul Lazarsfeld,1901—1976),奥地利裔美国社会学家,哥伦比亚大学社会学派代表人物之一。研究范围涉及大众传播、选举与选民心理、市场研究、民意测验、失业、教育心理、数理社会学等领域,讲究社会统计程序和操作过程,强调定量测量和定性的评价,著有《社会科学中的数学思维》、《选民的抉择》、《定性分析》、《应用社会学导论》等。

③ 罗伯特·默顿(Robert K. Merton,1910—2003),美国社会学家,长期供职于哥伦比亚大学,结构功能主义的代表人物之一,著有《17世纪的英格兰技术与社会》、《社会理论与社会结构》、《站在巨人的肩膀上》、《社会理论与社会结构》、《理论社会学》、《科学社会学》、《科层结构与人格》、《大众信念》、《科学发现的优先权》、《科学界的马太效应》、《社会学中的结构分析》等。

其与社会以及世界的关系中去考察。

本书用社会理论去思考 21 世纪媒介的日常经验。这种经验必然打上了大媒体 (big media) 的烙印,大媒体的历史对现代社会共享的世界一直是极端重要的;但这种经验并不仅限于大媒体;实际上,人对人的媒介 (person-to-person media) 的界面日益增加,人对人媒介和“大众”媒介也许正在经历最急剧的变革。在这种急剧变革的背后,人的行为的急剧变革正在发生。如果说一切媒介都“行为的空间”,“试图……连接分离的事物”(Siegfried Zielinski),那就可以说,互联网使这一特性得以延伸。互联网的全球连接使人产生一种世界的感觉,使人首次感觉到,世界是“一个单一的社会文化场景”^[5]。

媒介一词颇为晦涩。“媒介”指生产和流通具体内容的机构和基础设施,这些内容的形式相对固定,带着各自的语境,但“媒介”本身也是内容。无论是哪一种含义,媒介一词都与传播的制度层面有根本的联系,无论是哪一个层面,媒介与基础设施或内容、生产或流通都息息相关^[6]。数字媒介只包含媒介最新阶段对现代性的贡献,但这个阶段是最复杂的阶段,互联网的复杂性就是数字媒介复杂性最好的说明,互联网是万网之网,使一点对一点和多点对多点的各种类型的传播联系起来,组成更广泛的传播“空间”^[7]。媒介更富有弹性,其相互连接性足以使“媒介环境”成为我们唯一的出发点,单独考虑具体的媒介倒不是我们的出发点了^[8]。

互联网是制度支撑的互动和信息储存的空间,创建于 20 世纪 60 年代初。等到万维网的协议把超文本连接起来,组合成一个工作系统,互联网才成为一种日常的现象。万维网的鼻祖是蒂姆·伯纳斯-李^①,1989 年由他构想,1991 年由他推出,但到了 1993 年至 1994 年之交才进入日常使用的范围。互联网的根本属性是端到端的架构。克莱·舍基 (Clay Shirky) 对其作了言简意赅的小结:“互联网是有关数据在两点之间移动的一套协议。”^[9]这里所谓的移动就是信息空间里任何两点之间的移动。移动互联 (Mobile Internet) 技术来临以后,任何人在物质空间里都可以进入互联网空间的任何一点了。因此,互联网对社会理论产生的影响是根本性的影响。网络连接改变了社会行为的空间,因为网络连接是互动的,上网的行为利用其他地方的互动报告,将其用于进一步的互动。如此,互联网创造了一个有效而无限的人类行为储藏所,这个储藏所改变了社会组织在其他空间里存

① 蒂姆·伯纳斯-李 (Tim Berners-Lee, 1955—), 英国科学家、万维网鼻祖,在欧洲粒子物理实验室创建了万维网,写成了世界上第一个网页浏览器 (WorldWideWeb) 和第一个网页服务器 (httpd), 无偿提供万维网服务。

在的可能性^[10]。任何一点的行为都可能与其他地方的行为连接起来,而且,这一切连接向评论开放,都可能向网络空间里的新连接敞开大门。美国宗教学者戴维·摩根(David Morgan)指出,美国人2004年在阿布格里(Abu Ghraib)监狱里的虐囚照片就是近年最异乎寻常的例证之一,说明数字媒介可能大大拓展社会流动^[11]。即使这样的社会流动产生的后果仍然是由局部的语境和资源决定的,社会行为的运用和感知还是获得了一种新的弹性。今天的媒介成了一个关键要素,行为者借以“将环境当作现实……来把握”^[12]。

加拿大传播学家哈罗德·伊尼斯^①区分“空间偏向”和“时间偏向”的媒介^[13]。互联网无疑是空间偏向的,因为它不仅在延伸的意义上改变了传播的空间运动,而且使之更为复杂。它使信息的空间展开,成为日常行为的空间;它要求我们用另一种方式去理解能做什么,在哪里做,又由谁去做。如果是这样,在互联网时间和空间都转换了的信息库里,伊尼斯的“时间偏向媒介”(石头和泥板上的铭刻、莎草纸上的书写)就退出舞台,无从读取了。

第一节 媒介变革的暗喻

如果用线性发展的眼光看媒介,媒介对社会和世界的重要性是无法把握的^[14]。当媒介嵌入了广义的文化和社会过程时,紧张和矛盾随即发生。在伟大的小说《追忆似水年华》(*In Search of Lost Time*)里,马塞尔·普鲁斯特^②描绘小说叙事者第一次打电话的感觉,同时把第一次打电话的经验杂糅进许多后来的记忆里:

电话铃声转瞬即逝……那是微弱的声音、抽象的声音,远方的声音被克服了,亲爱者对我们的说话声消逝了……但那声音是多么遥远!我常常听那说话声,不无痛苦……在那最亲近的表象里,我更清楚地感受到了虚幻。那一刻,我们仿佛就在咫尺之遥,伸手就可以拥抱亲爱的人。好像是真实的存在,且声音似乎很近——实际却相距遥远!^[15]

这段文字记述传播媒介引起的隐痛。普鲁斯特捕捉住了媒介在日常生活里固有的暧昧角色——“真实的存在……实际却相距遥远!”不过,自那时起,电话已

① 哈罗德·伊尼斯(Harold A Innis, 1894—1952),加拿大经济史家、传播学家,加拿大传播学派奠基人、媒介环境学派第一代代表人物,著有《帝国与传播》、《传播的偏向》、《加拿大太平洋铁路史》、《现代国家的政治经济学》等。

② 马塞尔·普鲁斯特(Marcel Proust, 1871—1922),法国小说家,在法国文学史上占据重要地位,代表作为《追忆似水年华》(7卷)。

经变得面目全非了,我们不再像他那样感到紧张^[16]。雷蒙德·威廉斯^①也觉得现代媒介的意义暧昧:“现代传播很大一部分内容……是不平均分享的意识的一种形式,由外部发生的事件组成。这样的内容似乎是发生的事情,由强大的方式传输和辅助;在这个世界里,我们没有其他任何感知到的联系,但我们觉得,这样的内容既处在我们生活的中心,又处在其边缘。”^[17]

我们无法回到普鲁斯特和威廉斯谈及的变化之前的世界了,那些变化已经嵌入我们对于何为世界、世界如何的设想。不过,我们所谓“传统的”(19世纪中叶的)媒介隐入日常生活背景很久以后,仍然使我们感到困惑。解读唐·德里罗(Don DeLillo)1999年的史诗般小说《地下世界》(*Underworld*)的路径之一是:它表现广播电视既维持美国社会神话又给它添麻烦的作用,小说是对这一作用的一系列的沉思默想^[18]。

自唐·德里罗的小说问世以来,许多进一步的变化发生了。首先,电视和其他媒介的形象大量滋生:“生活经验成了媒介在场的经验。”其次,逐秒更新的继续不断的移动通信兴起,广播和人际交流在网上覆盖,任何人都能靠卡斯特所谓的“大众自我传播”(mass self-communication)在网上生产并发布内容。我们还在尝试理解,这些最新的变化如何整合进日常的习惯^[19]。

媒介使个人最细微的行为都为之一变,同时又改变了我们最宏大的生活空间。以搜索引擎为例,如今它们成了世界上最重大的商务焦点之一,而15年前它还是不为人知的社会形式。谷歌为我们说明搜索引擎“做什么”:它用浏览器为我们提供习以为常的东西,这就是约翰·汤林森(John Tomlinson)所谓的“世界信息资源的瞬间、无限量获取”。这一变化的正面效应我们业已司空见惯:我们“查找东西”时,常常不靠图书或指南,而是靠“谷歌一下”。一位律师朋友告诉我,“如今的法律就在谷歌上”;人们了解孩子的病症时,用谷歌搜索;昔日英国黄页的总编承认,“25岁以下的人没有一个知道,我们编辑黄页的是些什么人”^[20]。

有一个故事最生动地反映了这一场变革。5年前,有个人装死携妻潜逃,这一丑闻成了英国报界的轰动新闻。一个决定性的时刻突然来临,《每日邮报》(*Daily Mirror*)一位读者证实,这位“去世的”男人与其妻子在巴拿马现身了。他把一串含三个关键词的词组“John and Mary and Panama”键入谷歌,查到了这个男人的行踪。她对记者说的话很有趣:“我是怀疑论者。在今天这个时代,谁也不可能一下子消失得无影无踪,总会有一点行踪,总会有蛛丝马迹。”^[21]这位坚持不懈的谷

① 雷蒙德·威廉斯(Raymond Williams, 1921—1988),伯明翰大学教授、英国文化批评学派代表人物,著有《文化与社会》、《马克思主义与文学》,编写《传播学》等。

歌用户捕捉住了司空见惯的互联网的暧昧性：既是个人发现的手段，又是集体接触的方式，还是确保互相跟踪的媒介。

然而，当这一冲击和与之平行的其他变化嵌入日常生活，并渗入了生活的每一个层次时，我们又如何把握其影响呢？暗喻可能有所帮助。罗杰·希尔维斯通说，媒介对世界的影响可以用一个暗喻：“辩证”^[22]。“辩证”（*dialectic*）一词源于希腊的“会话”一词，捕捉住了会话成分的关系，它们互相通气，却各有分别。我们大家（个人和群体）都对这一辩证关系有所贡献，凭借媒介，我们获得两种设想：“存在什么”（*what there is*）和“能做什么”（*what can be done*）；我们的贡献不是个人选择的行为，而是由宏大基础设施的变化形塑的，这些新变化又是由经济力量和其他力量驱动的。辩证方法论使我们能探究出人应对媒介差异的灵活性，展现出媒介之间的“交流”（*traffic*），我们将其称为“补救”（*remediation*）^[23]。

“辩证”一词捕捉住了媒介的累积“容量”及其对日常生活的“系统性”影响吗？为了回答这个问题，我们也许还要用另一个暗喻：托德·吉特林（*Todd Gitlin*）的“媒介洪流”（*media torrent*）意象，这是图像和文本的“超饱和”洪流，使我们的日常生活目不暇接、穷于应付。几年以后，他这个意象就整合进了“比特流”软件的名字中；比特流使大文档（电视节目、电影）分解为比特，以无数平行的比特流在互联网上传送。不过，我们不习惯媒介的“洪流”，因为媒介洪流在规模和深度上都不断膨胀：连人们对媒介的评论也在加入这股洪流，吉特林分析“媒介流”以后，汹涌而起的博客、掘客网的推荐、优视网的糅合（*mashup*）和推特的微博都在加入这股洪流。可见，“媒介流”的暗喻只引导我们走到这一步，它甚至没有考虑今天消费环境的饱和，数据源和信息传输方式比如电子标签芯片充斥其中、使之饱和了^[24]。

在这里，“超饱和”一词的技术意义耐人寻味。这是化学和热力学学术语，指的是：溶液中可溶的物质过量，“超过了溶液在常态下能溶解的限量”^[25]。可见，超饱和是不确定性状态，是可溶物与溶液平衡态的偏离。这种非平衡态是特定变化的结果，比如温度或压力变化引起的不平衡。媒介引起的社会超饱和意味着不确定的、非平衡的状态；社会生活的每一个层次都充满了媒介的内容，起因是特定的压力；空间压力突破广播领地的疆界，时间压力引起具体事件的周期比如全球的政治危机。然而，即使“超饱和”更精准含义的使用也是有限度的，它不足以捕捉住当代社会里媒介的密度。这是因为，社会生活可以解释，而液体却不能解释它罕有的气泡。不过，“超饱和”这一暗喻至少能使我们理解生活的阶段变化；媒介饱和时，社会秩序的可能性就发生变革。在此，情况已经明朗：我们需要联系社会理论来研究媒介。

第二节 走向社会取向的媒介伦理

在这本书里,我想提出一种中观的概念工具,以理解媒介对我们的生活产生的影响。这是一本媒介理论的书,但它说的是什么样的媒介理论呢?

不存在媒介的“纯”理论,因为媒介总是具体的,嵌入了历史,是传播信息和意义的方式。即使最抽象的通讯理论比如克劳德·香农^①和沃伦·韦弗^②自称的“通讯的数学理论”,也只能出现在具体的历史语境中,那是计算机和电视的黎明期,将复杂信息转换为简明的通用形式的代码应运而生^[26]。我为了行文方便所说的媒介理论包含着具体的选择,这里所谓的理论对所用的数据和分析类型都有所选择。我们先对此略加解释。

为求简明,我们不妨把媒介研究构想为一个有四端的金字塔。我们可以用四种方式翻转金字塔,根据我们的优先选择把需要研究的那一端当作金字塔顶,把其余的三端当作塔基。没有任何一种翻转是“正确的”或“更好的”,因为那四端的名称指明我们优选的研究:媒介“文本”(texts);媒介生产、流通和接受的“政治经济学”(political economy);每一种媒介的技术性能(technical properties);媒介技术和媒介内容的社会应用(social uses)。

这四种选择里的任何一种研究都能产生理论,这些中观的概念具有更宽的研

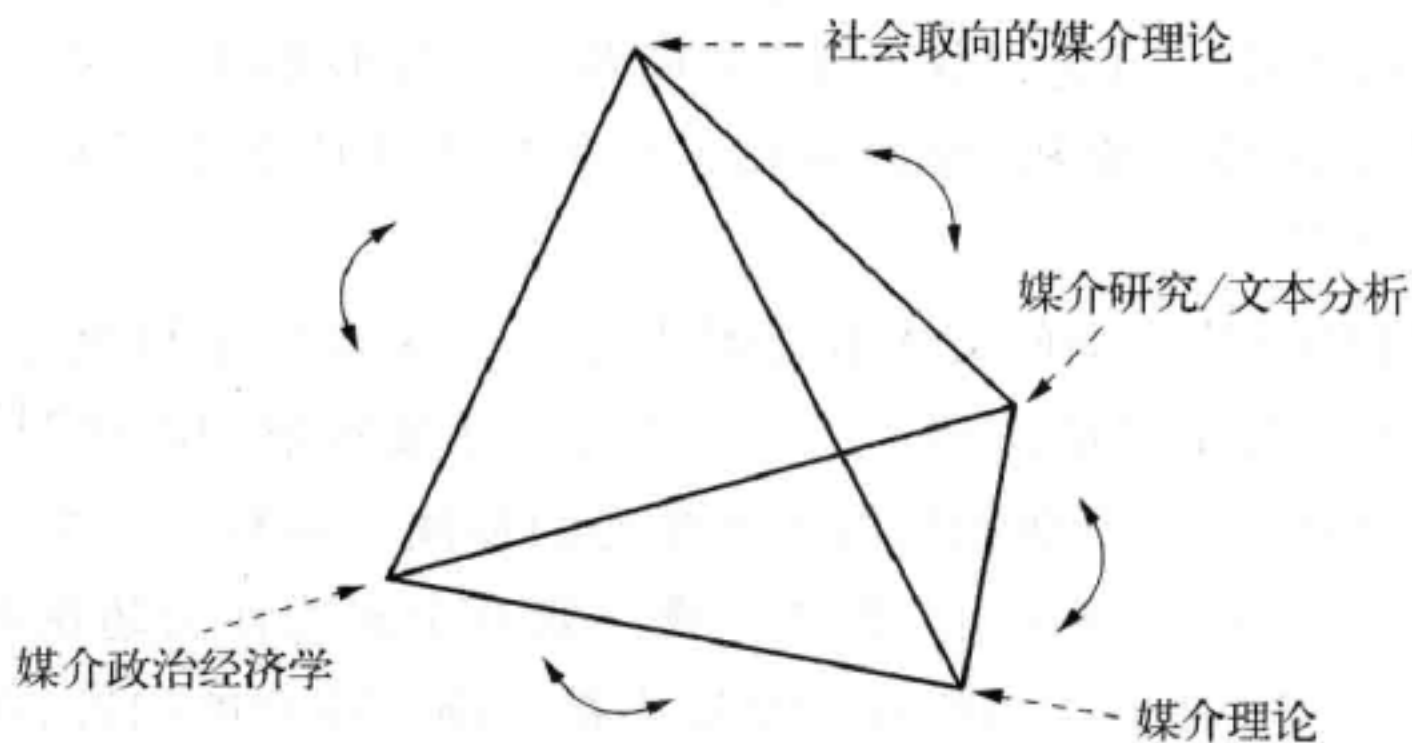


图 1.1 什么样的媒介理论?

① 克劳德·香农(Claude Shannon, 1916—2000),美国应用数学家,1948年提出信息论,与韦弗合著《通讯的数学理论》。

② 沃伦·韦弗(Warren Weaver, 1894—1978),美国数学家,信息论先驱之一,机器翻译先驱,曾任洛克菲勒基金会自然科学部的主任,与香农合著《通讯的数学理论》。

究视野,每一种理论都需要吸收其他几种选择所得到的研究成果。至于这个金字塔的四端是否能发展成为理论,能在多大程度上发展成为理论,那就有赖于思想磨砺的尺度、学科变化的方式了。在20世纪70年代和80年代,有关媒介内容的一般理论,尤其有关其意识形态属性的一般理论(主导电影研究的荧屏理论和风头稍逊的电视研究)如日中天,但到90年代,这种研究的影响多半已经褪色。政治经济研究已经提出了有关媒介特征和文化生产的显著特征,政治经济研究最广义的版本不仅关注媒介的所有权,而且关注社会生活里权力的不平等^[27]。

也许,新近媒介理论里最著名的是单数形式的“媒介理论”(medium theory),其最著名的鼓吹者是早期媒介研究里的加拿大理论家马歇尔·麦克卢汉^①和哈罗德·伊尼斯,以及2011年10月去世的德国理论家弗里德里希·基特勒(Friedrich Kittler)。基特勒以非凡的洞察力研究媒介,指出以“媒介”姿态出现的具体的技术和发明,阐明媒介如何延伸我们的感官和感知能力,赋予其新的形式^[28]。基特勒的洞见对媒介社会学有启迪意义,不过,他真正感兴趣的是要理解,每一种媒介出现时对我们延伸的感官有何独特的“技术”贡献。只有从这一点去看,我们才能解释,为什么他能在《视觉媒介》(*Optical Media*)的末尾几页讲计算机,讴歌计算机“清算了……前媒介的幻想”,以此为人的感官延伸的媒介史研究画上句号。他把媒介研究的焦点放在其技术“实质”上;他指出,这意味着摒弃“琐碎的内容本位的媒介研究路径”,摒弃“大众电影和电视节目”的研究。这甚至意味着摒弃社会学本身,因为基特勒对媒介(如计算机)如何应用不感兴趣:正如约翰·达勒姆·彼得斯(John Durham Peters)所言,基特勒感兴趣的是“没有人这个元素的媒介研究”,这是背向社会学的媒介理论^[29]。

有别于基特勒,本书提出的媒介理论转向社会学和社会理论。这是媒介研究的第四种可能性。按照这一理论,被置于前台的是媒介如何被应用,如何形塑社会生活,在媒介里流通的意义如何产生社会影响。这种媒介理论没有一个得心应手的名字,所以请允许我用一个略显笨拙的名字:社会取向的媒介理论(socially oriented media theory)。这一理论建基于媒介建构的、媒介使之成立的社会过程。其学科联系首先是社会学^[30],而不是文学、经济学、技术史和视觉传播。

和以前的传统媒介一样,“新”媒介业已成为日常生活的内容,成为我们基础结构中理所当然的一部分^[31]。因此,理解媒介对社会和世界的影响就有了困难。

① 马歇尔·麦克卢汉(Herbert Marshall McLuhan, 1911—1980),加拿大文学批评家、传播学家,加拿大传播学派奠基人、媒介环境学派第一代代表人物,著有《机器新娘》、《理解媒介》、《谷登堡星汉》、《麦克卢汉如是说:理解我》、《麦克卢汉书简》、《麦克卢汉精粹》等。

若要把握媒介如何形塑当代的社会生活,那就需要社会理论。如果要厘清数字世界相互依存的复杂性,我们就需要回顾德国社会学家诺伯特·埃利亚斯^①有关“外形”(figurations)的论述,这是他在论“文明进程”(civilizing process)的经典里进行的论述。如果我们感兴趣的是在线生产和日常生活里出现的局部的秩序模式和资源富集,我们不妨请教法国社会学家皮埃尔·布尔迪厄^②有关文化生产的场域(fields)理论。如果我们只是想简单地问一问,网上流通的无数讯息对社会有何影响,我们就需要学习经典法国社会学家迪尔凯姆^③对区分和等级即他所谓“范畴”的论述,我们对世界的表征就浓缩在这样的范畴里^[32]。为了把握当代媒介的复杂性,任何理论都能为我所用;我们需要研究社会建设、表征和论争的社会理论。

根本上说,媒介理论的社会取向路径关注的是行为。媒介为理解人类行为的组织提供了一个切入点。我们的出发点是实践的开放性,是实践如何嵌入广阔的权力关系。这种路径与批判的权力社会学有许多共同之处^[33],而不是与技术发现的历史有多少共同之处。首先,它关注的是媒介,即疏导传播的组织机制和基础结构,而不是一般所谓的“传播”^[34]。另一点更令人惊奇的交叠是不那么著名的媒介理论的代表人物西格弗里德·齐林斯基(Siegfried Zielinski),他不支持媒介发展的线性模式,坚决反对“调节和形塑媒介、坚守生产力范式的经济”。齐林斯基的立场迫使他进入了一种“非考古学”的路径,这一路径赞扬的是媒介历史的异质性和多样性^[35]。如果将这种怀疑论译解为社会学对理解媒介现状提出的挑战,你就得到一种社会取向的媒介理论,它关注的是对解释媒介产品和系统的强大力量进行解构,那种力量把媒介产品和系统诠释为经济、社会和政治理想化的“天然的”或天衣无缝的结果。

第三节 数字革命及其不确定性

大多数论者相信,我们正处在一场媒介革命中,其焦点是互联网的连接和传输效能,以及围绕互联网效能而兴起的难以计数的数字媒介设备和基础设施。但

① 诺伯特·埃利亚斯(Norbert Elias, 1897—1990),德国社会学家,著有《文明的进程》、《宫廷社会》、《个体的社会》、《圈内人与圈外人》、《德国人研究》、《什么是社会学》、《知识社会学论文集》等。

② 皮埃尔·布尔迪厄(Pierre Bourdieu, 1930—2002),法国社会学家,著有《实践理论概要》、《教育、文化和社会再生产》等。

③ 埃米尔·迪尔凯姆(Emile Durkheim, 1858—1917),又译涂尔干,法国实证主义哲学家,社会学创始人之一,著有《社会分工论》、《社会学方法的规则》、《自杀论》、《宗教生活的基本形式》等。

技术“制造神话”的悠久历史应该使我们态度谨慎^[36]。新传播技术尤其制造了无数的神话(民主化、政治和谐、世界和平),最新的神话是,信息尤其数字信息是自由的^[37]。

伟大的印刷史家伊丽莎白·爱森斯坦^①论述了15世纪至17世纪欧洲的“印刷革命”,她论述的一些特征值得我们回顾。印刷术完成了文化生产的一种转移,从抄书人缮写的各不相同的文本过渡到为众多读者使用的特色鲜明的印刷品,印刷术造就了一种发行机制(图书市场),如此,“完全相同的图像、地图、图表可以让分散的读者同时阅览”^[38]。结果,文本的数量激增,于是,17世纪的学者静坐书房里几个月就可能读很多书,比此前文人游学一生所能目睹的书还要多。其他隐性的结果接踵而至:印刷术巨量的数据记录和归档功能;个人作者而不是集体写作的观念^[39]。实际上,这就是传播完成的社会组织的革命,这场革命的首要前提是机印书的技术,不过,这场革命是在漫长的岁月里完成的。另外两位印刷史家费弗尔和马丹^②指出,早期的印刷人是游徙不定的,他们随身带着印刷技术漫游。结果,西欧印刷术的传播经过了漫长的300年才完成,缓慢得难以想象^[40]。

今天的媒介和信息革命虽有人怀疑^[41],与印刷革命相比,不知快了多少,其深度也堪比印刷革命。今天这一场革命不到20年就完成了,分割的地理疆界随之减少,此前的媒介基础结构(卫星与有线电视)的重要变革也被它覆盖。在20世纪90年代初的伊拉克,打字机要在当局那里登记仍然是可行的国家审查制度,电视频道很少,并深受国家影响。到2009年,阿拉伯世界已有470条阿拉伯语的卫星电视频道^[42]。近年,能上网的手机普及,国家的审查更加困难。互联网带来了信息生产的革命,从数量有限的离散形式(书籍、小册子、书信、报告、名录)发展到了任何形式和规模(网站)的信息单位,条件是:信息单位要符合文本规范或形象格式的基本标准^[43]。信息单位的集合如网站和数据库非常容易获取,能纳入集合的数据类型或容量很少受到限制了。数据量和归档量以几何级数增长,集体作者(维基百科)和个人作者(博客、影像网志)的新形式出现,一个新空间形成,正如万维网创建者蒂姆·伯纳斯-李所言,这是为我们“在一切层次上互动”的空间。学界和产业界的许多论者都相信,公共生活和个人生活的大片领域正由于信息革命而急剧改变^[44]。

然而,三种立即的修正势在必行。数字世界里很大一部分信息处理的能力是

① 伊丽莎白·爱森斯坦(Elisabeth Eisenstein),美国史学家、传播学家,传播学媒介环境学派第二代代表人物,代表作为《作为变革动因的印刷机:早期近代欧洲的历史》。

② 吕西安·费弗尔(Lucien Febvre,1878—1956)和马丹(H.-J. Martin,1924—2007),法国印刷史家,著《书籍的出现》。

掌握在个人手里的,他们凭借的手段是团队的局域网和专有系统(proprietary systems)。劳伦斯·莱西格(Lawrence Lessig)有一段著名的论断:互联网开放的、端对端的结构正在成为明日黄花^[45]。对“网络中性”是否能继续维持的恐惧挥之不去;日常使用搜索引擎的便利与谷歌因此而能搞秘密交易的能力令人不安。比如,谷歌与伟利松(Verizon)移动通信公司的秘密交易显然使联邦通讯委员会鞭长莫及。这样的秘密交易令人烦恼。如今,谷歌的市场垄断就受到美国联邦贸易委员会(Federal Trade Commission)和欧洲竞争事务专员(European Competition Commissioner)的挑战。由此可见,我们不能简单地把互联网“空间”当成自由的、人人可用的空间^[46]。

第二种必需的修正是,表面上无限扩张的全球连接中,新的隐性断线(disconnection)正在兴起。20世纪90年代以来,数字鸿沟问题凸显。在有些国家比如美国、丹麦、韩国,互联网应用的水平很高,互联网世界似乎成了普及的参照点。但英国政府没有这样的设想。如果放眼西方之外的世界,断线的问题就更加尖锐;在那里,年薪能买一台电脑的情况相差很大;在许多地方,拥有电脑的个人是极少数^[47]。同时,在各国内部,使用互联网的男女就有明显的分层,比如在中东,阶级和族群的差别也很大。美国学者埃伦·塞特(Ellen Seiter)指出,“精英和都市专业人士的孩子与穷孩子使用电脑的情况有质的差别。”使用电脑的“良性循环”与技能和社会支持有关;缺乏技能和社会支持的人则陷入“恶性循环”:不平等现象可能会延伸到社交网络世界中^[48]。

第三种必须考虑的修正是,互联网在地域上大大扩展了,从英语主导的互联网变成了许多语言以上网的集体霸权,但地区(阿拉伯、中国、日本等)之间的用户却难以互通。也许,互联网膨胀太盛,任何一种研究框架都难以把握实际情况。仅中国就有4.2亿网民,其中的3.64亿人用宽带,1.15亿人住在乡间。然而,一个关键点不用置疑,任何概括都难以成立:国家和地区的居民在全球互联网上占有地位十分悬殊。正如詹姆斯·柯兰(James Curran)所言,如果你的母语或熟练掌握的语言是英语,你拥有众多读者的机会就会比马拉地语(Marathi)的作者高出许多倍。换言之,单一的数字媒介的世界是不存在的,表面上看有这样一个世界,但那是幻觉,其基础是不平等产生的全球逻辑,这一幻觉掩盖了不平等的实质^[49]。

我们考虑数字媒介的社会影响时,正面肯定“革命”的预言就更加复杂了。首先,拥有一台个人电脑并非联通互联网的唯一路径,因为互联网的使用是由社会协调的。因此,不能紧紧依靠个人上网的统计数字来理解互联网革命;同时,全球的不平等模式驱动了跨国界的劳工迁徙,迁徙形塑社会协调的资源 and 需求。其

次,使用技术的基本可能性是一回事,技术在实践中如何被用于实践是另一回事,两者差别很大。正如雷吉斯·德布雷(Regis Debray)所言,“习惯比工具的历史更加悠久……如果媒介是‘新’的,使用媒介的环境就是‘旧’的”^[50]。实际上,书籍的悠久影响产生了许多因素;这些因素合起来产生了19世纪和20世纪初标准的阅读习惯:阅读的制度性语境和联系;新文化常规;日益壮大的资产阶级越来越多的休闲时间;甚至日落后家里的照明也增多了^[51]。互联网革命的一个加速器是,它不仅能把内容而且能使软件(即基础设施)在同一媒介里配置和流通。书籍在传播革新中实现了飞跃,因为它能传播图表和其他技术描绘^[52]。然而今天,重要的传播革新依托的软件基础设施可以通过互联网在全球传播,不需要任何人、任何物体的移动!试想想澳大利亚人的开放式编辑系统Indymedia;1999年,Indymedia首次被用于西雅图爆发的反对世界贸易组织的抗议活动;再想想另一个开放式编辑模板Ushahidi website(“见证网”),它用于非洲的灾难报道^[53]。

要而言之,尽管激动人心,但当代媒介变革的非线性世界的显著特征还是极端的不确定性。基于“数字一代”的预测取代了市场营销的吹嘘,成了所谓的严肃分析,却犯一个根本的错误:把生活舞台上的行为与真正的历史变革混为一谈了^[54]。同理,我们生活的时代无疑是媒介产品在共同平台上汇合的时代,但对我们栖居在独特的“融合文化”(convergence culture)里的说辞,我们还是应该予以质疑^[55]。克莱·舍基最近建议,“新工具提供的机会越大,我们越不能全面地从过去的社会形态来推断未来”,媒介和社会权力配置的宽大界面就最不确定。普鲁斯特是对的,按照他的评述,以下的判断是荒谬的:“秘而不宣的东西……就是在阳光下被揭示的东西。”^[56]

更具体地说,今天的任何媒介理论都必须研究六种不确定性。在晚近的现代性中,这些不确定因素与分殊性和反身性的广阔过程都有关系^[57]。若要理解这六种不确定性,最好的办法就是用媒介制度和技术的动力关系来予以说明。

一、什么是媒介,谁是媒介,媒介在哪里?

在一些要害的方面,当代数字媒介尚不足以定型^[58]。15年前,媒介研究的关键要素(文本、生产的政治经济学、受众研究)业已到位。受众研究的迷你革命提出了新问题,比如文本与受众如何互动?那些问题似乎还处在可控范围。虽然有人预言,技术革新(家用录像机问世,卫星和电缆使电视频道成倍增加)会改变研究对象,但这样的根本改变尚未到来。受众(受众研究是我的兴趣所在)似乎仍然很大程度上扎根于媒介服务的国别风景中。在20世纪80年代初,我们开始理解媒介在维持国家风情里的作用^[59]。

在接下来的十年里,媒介研究横向拓展。我们开始看到,除了观看、阅读和收听之外,受众还做许多其他的事情,粉丝研究就是其中一个重要的领域;媒介不再被认为是一个生产——分布——接受的封闭环形路,而是一个跨越空间的广阔的中介化(mediation)过程。媒介研究和与媒介相关的工作和睦相处的关系在人类学中兴起了^[60]。互联网、万维网和手机把计算机辅助的传播和移动媒介推到研究工作的前列^[61]。结果就出现了不确定性的问题,传统媒介制度的集中化权力是否会被网络生产和消费的比较分散的空间取代呢^[62]?但是,到2005年,媒介研究的景观基本上还是维持不变。

2005年以来,媒介和媒介研究里发生一种更大的变动。数字媒介的融合大大加速了。上传照片和视频已司空见惯;评论别人的博客、糅合和自我介绍也司空见惯。手机上网越来越容易,人们接受和流通媒介的能力迅速增强(以几何级数增长)。社交媒介迅速增长(英国、美国和许多国家的脸谱,巴西和印度的“奥库网”[Orkut],中国的RenRen网,日本的Mixi网,韩国的“赛我小窝网”[Cyworld]),添加了一个全新的维度。我们所谓的“媒介”,以及管束媒介组合的规则大大地拓宽了:媒介研究的“什么”这个对象变了。《经济学家》(*Economist*)2005年问得好:“什么是媒介公司?”^[63]

我们要谨防把这一切变化归于技术一种因素。我们所谓的“媒介”(传播基础设施)的变化总是技术、阶级、社会和政治力量交叉所产生的结果。在前数字时代里,“媒介”是数量有限的生产/发行源头向外辐射的产物;“媒介”的接收者是“大众”即“受众”的成员。但这样的格局并不是技术的必然产物,广播的早期发展史就是证明:广播在美国、法国和英国的路径各有不同。在第一次世界大战前后的美国,广播大发展,成为一对一或多对多的媒介。法国和英国探索的则是偏离中心的、包容性的“社区”生产模式^[64]。这种非大众模式逐渐消减,几乎被媒介史删去了,它反映了这样一种发展模式:开发从一点到多点的商业机会和政治机会。国家规模的媒介生产和流通需要丰厚的资本,资金密集型的大众媒介很符合现代国家日益加强的集中化组织^[65]。

目前正在发生的另一种变化也不能简单归于技术发展的可能性。我们熟悉“整天看电视”的家庭(“constant TV” household)。但今天的情况已然变化,即使在设备比较好的国家比如英国,74%的人用宽带,50%的16岁至24岁的年轻人用手机上网^[66]。大量时间上网在许多国家已司空见惯,使用新媒介的活跃人士随之出现。圣战者吉哈德把视频传上网,实际上谁都可以把视频上传优视网;名流在手机上发推特;游行示威者手握摄像机拍摄。由此可见,正在变化的不止是媒介的对象“什么”,还有媒介的使用者“谁”。如此,约翰·汤普森所谓的大众传

播里“生产者和消费者根本断裂”的情况不再那么单纯。今天,互联网使个人的信息能抵达大量的受众,这使我们想起电话问世初期个人在电话线上向“世界”演唱奏乐的情景^[67]。不过,如今的传播范围和基础设施所受的局限已截然不同了。专职的生产/发行不仅投入自己的内容,而且刺激和管理“用户生成的内容”;另一方面,媒介消费者或受众成员有无数的机会贡献自己的内容,他们能对制度性媒体的生产评头论足;当然,谁抓住这样的机会倒是未成定局。有人赞扬传统报纸网站的互动社群,亦有人对此抱比较怀疑的态度^[68]。有人看到了更根本的变化:互联网从“出版的媒介”变成“交流的媒介”;视频从中心发行的文化媒介变成了“人际化网络的延伸”^[69]。我们能看到媒介产出的崩解、“大众媒介”的凋谢吗?或者是另一种情况,我们低估了今天新媒体公司比如谷歌的兴趣呢?它们有志于维持高质量的媒介环境,让搜索引擎在这里运行吗^[70]?

可以说,今天主要的商务媒体博弈者并非程序商、新闻社或电影公司,而是谷歌(含其属下的优视网)、脸谱和苹果。它们制造并销售设备、平台和搜索引擎,媒体端口要依靠这些产品。把许多媒介使用流结合起来,合成实用的“整体”的,正是这些博弈者。塔里顿·基里斯皮(Tarleton Gillespie)指出,“平台”是业界频频使用的字眼,用以表达这样一种理解的观念:对新平台的需求没有尽头。所以,2011年夏天撰写本书的时候,我正在等着看,微软以85亿美元并购网络电话公司Skype以后,是否能跻身主导媒体的万神殿^[71]。诸如此类的变化在两个层次上发挥作用。首先是平台上传递什么内容的层次,以及相应的变化;在这个层次上,内容的类型成了标准的消费品。主要的制片商(时代华纳、21世纪福克斯)策划的优质的视频点播(VOD)可能会导致一个决定性的变化,使电影需求转向家庭。同时,谷歌还在探索在优视网上发行新电影,在智能手机上看电影。与此同时,“云游戏”(cloud gaming)时代正在吸收个人化的媒介习惯(独自在单台游戏机上玩),确保游戏人越来越依靠把大群人联系起来的网络基础设施^[72]。第二个层次是内容如何传递、有何变化的层次。通过嵌入的应用软件,我们不断获取信息,被一步步引向互联网上的专利区,那是简单的搜索无法进入的专利区。这就是克里斯·安德森(Chris Anderson)和迈克尔·沃尔夫(Michael Wolff)看到的一幕:开放存取的“互联网死了”^[73]。

我们必须如履薄冰。虽然拥有新颖的传播可能性,有些媒体还是一如往昔。广播部分上网了,但广播声音的世界仍然是许多人生活中日常的背景。又以电视为例,21世纪初,常有人宣告“电视的终结”^[74]。无疑,电视的性质从起居室角落的大匣子变成了一位作家笔下的“无固定场所的屏幕的集合”,从遥控器操纵、只能以一种方式(广播、电缆或卫星传送)收看的媒介变成了“母体媒介”(matrix

medium),与其他数字媒介平台和内容连接,提供越来越灵活和动态的传播方式^[75]。我们不再把单一实体的电视视之为理所当然,电视的内容是由许多电视公司生产的,如今的“电视”是一个浩大的空间,许多多媒体巨头在这里竞争^[76]。陌生的新手进入这个空间:报社(《太阳报》、《纽约时报》)在自己的网站上播放自己的视频,或储存他人生产的视频(《卫报》)。不过,虽然许多国家黄金时段的收视率降低,看电视的人照常看,而且看的人还很多;“电视仍然是中国最普及、影响最大的媒介”^[77]。威廉·乌里奇奥(William Uricchio)认为,电视可能要回到它出道时的“多元形式”(pluriformity),那是大批受众形成之前电视的特征^[78]。显然,如果思考新媒介(互联网?)如何取代旧媒介(电视?广播?),我们就不能把握日益拓宽的媒介环境。

一波又一波新兴的饱和媒介如奔腾的洪流冲击着富国的居民:

- (1) 从少数地基电视频道到数以百计的有线电视和卫星电视频道;
- (2) 越来越快、连续不断地接入互联网和万维网;
- (3) 用“移动”电话接入其他媒介;
- (4) 广播和报纸靠数字化报纸网站上网;
- (5) 发送内容的网站在互联网上极大增长,既搞自上而下的发行,也容许照片、电影、电视和音乐的横向交换;
- (6) 作为新的界面,脸谱之类的社交网和上述的网站链接,或仅仅用来与朋友接触并调动我们的支持者;
- (7) 在时间和空间中多点对多点不断广播的界面比如推特;
- (8) 为 iPhone 手机、安卓手机、黑莓手机等移动设备提供的媒介应用服务。

近年的媒介饱和浪潮不断积累,使“饱和”不足以表达真实的情况。媒介具有沉淀的复杂性,宛若风景之复杂。但每个人的小天地是如何浸淫在媒介的世界里的呢?就是说,人们如何积极主动地到媒介的风景里去挑选呢?这个问题尚难以确定^[79]。

准确地说,我们从什么范围里挑选媒介呢?或者说使用什么媒介呢?以上问题建立在亨利·詹金斯(Henry Jenkins)研究的基础上,但那仍然是范围有限的基本媒介^[80]。现在我们体验的却是“媒介多元体”(media manifold),构成一个发送平台的复杂网络,背后支撑这一网络的是互联网有效而无限的储存。虽然发展不平衡,但这多种多样的媒介是我们大家都可以想象得到的,因为一切媒介都已经数字化,或正在数字化,成为基本上同类的信息比特。许多设备和器材(固定的和移动的)接入互联网,这就意味着,我们越来越多地使用彼此连接的许多媒介,而不是单一的媒介。人类学家马蒂亚诺和米勒(M. Madianou and D. Miller)把这种

多样性命名为“多元媒体”(polymedia)^[81]。但用这个词的风险是,它可能只含有多元性的意思,难以表达媒体连通性的形貌,那才是至关重要的意思。所以,我仍然在这里坚持用“媒介多元体”这一术语。那样的“多元体”(manifold)似乎无处不在,却又无处具体存在;我们只不过不同程度地嵌入了这个多元体。

在此,有关媒体界面的概括都不足以表达真实的情况。使用的习惯是关键,习惯不仅是简单的重复:任何习惯都通过多重实践而趋于稳固,多重的实践建构新的生活方式,在家里是这样,在广义的日常文化里也是这样的。这使我们过渡到第二种不确定性:媒介的使用。

二、我们用媒介做什么?

描绘人们用媒介做什么曾经是非常简单的事情:看纪录片,听广播连续剧,读周刊或日报,上电影院,翻书。已然扎根的变化使这一基本的景观复杂化:录像机引起的的时间迁移,带硬盘的新型数字录像机带来的时间变化。数字媒介环境的补救性技术进一步发展。诚然,有些媒介包总是有不确定性的:我们不曾系统地了解不同的人如何读一张报纸(先看体育版、时尚版或头版新闻?)。但在无限量的互联网超文本中,媒介消费的规模、秩序和语境等方面的不确定性是一切媒介消费固有的特征。

我们再次看到,这样的去稳定性不仅是一个技术问题。丽萨·基特尔曼(Lisa Gitelman)认为,媒介技术的“使用协议”至关重要^[82]。媒介消费数十年间稳定的一个因素是使用方便。对消费者而言,媒介产业提供的信息和娱乐包是很方便的:黄金时代的新闻播报,每天早上投递和受到的报纸,美日每周准时播出的肥皂剧。短缺曾经是决定方便与否的一个因素:广播电视台和报纸数量有限,使媒介资源短缺。但到了信息丰裕的时代,方便就产生了不同的结果:方便的东西未必是大型的媒介包(总是植入了广告),而是每天十次在网上浏览的主要新闻^[83]。过去,媒介消费的旧习惯殊途同归:人们开关收音机、电视机时能猜想,别人正在和他们做同样的事情(生产商可以做同样的猜想);可是昔日这样的景观不会再现,至少不会简单再现。我们必须把方便放进变化中的工作、家庭和休闲如何组织的背景中去理解。新的习惯网格正在形成,我们对它们的描绘尚不清晰。我们考察的出发点是人们五花八门的使用媒介的方式:把全家福传到脸谱网上让分散在不同国家的亲友看,在电影频道上看老电影,搜索地球另一端的天气情况。

有些决定性的潮流已然成形,比如纸媒版报纸的消费业已下降,尤其在英国和美国的年轻人中。下文将要回头说这一趋势的经济语境,不过请注意,在有些国家比如斯堪的纳维亚的国家,情况略有不同,年轻人消费报纸的势头仍然强劲;

也许,都市捷运系统里的免费报纸证明提供了报业活力的基础^[84]。其他媒体的情况更加复杂。公认不错的电视网新闻在美国也在走下坡路;正如阿曼达·罗兹(Amanda Lotz)所言,这不过是长期而言“电视网新闻死亡”的初露端倪,却不是电视网新闻的死亡。即使在美国,网络新闻的渗透也是被夸大了:正如美国广播公司世界新闻部的总裁乔恩·班纳(Jon Banner)所言,“我们的电视广播使任何网上新闻形同侏儒,大概在可预见的将来会继续维持这样的地位”^[85]。即使在美国,看电视新闻所花的时间自1996年以来几乎没有变化,那是互联网大发展之前的一年。在英国和德国,把电视作为新闻源的人比依靠其他新闻源的人多出许多倍。即使在互联网渗透程度很高的丹麦,电视新闻仍然是主要的新闻源;最近的一次调查显示,欧洲的阿拉伯移民主要依靠的也是电视新闻^[86]。

纸质报纸和电视新闻是人们预测媒介景观剧变时最喜欢考察的两个因素。但如果我们看都市消费的总体情况,实际的统计数据与鼓吹旧媒介死亡的夸大其词很不协调,这一景观颇有戏剧性。在美国,2005年人们看电视的时间多于1995年(那是互联网普及之前),2008年的收视率继续上升。在英国,2002年和2007年间,看电视的情况没有变化,2008年、2009年和2010年间,收视率连续上升三年。在德国,2002年至2007年,总体上的收视率也在上升^[87]。诚然,电视节目被后续的网络转播盖过风头的情况(如音乐电视《山丘》[*The Hills*])是有的,但正如托比·米勒(Toby Miller)所言,另一个电视节目收视率立即占上风的情况(如美国版的《办公室》[*The Office*])也是有的^[88]。原因之一是,用遥控器“按键”看电视节目在许多方面符合人们日常的欲望:需要跟上肥皂剧,需要熟悉的背景以舒缓沉默的家务,看体育赛事的直播,而不是读报纸上的体育新闻^[89]。尽管有这么多矛盾的现象,在可预见的将来,电视也许仍然是多数人首选的媒介,无论电视节目是如何播放的,无论网络上用了什么样的宣传手段^[90]。这是英国的传媒独立监察机构(Ofcom)用作政策基础的设想。然而,在2006年,索妮娅·利文斯通、蒂姆·马克汉姆(Tim Markham)和我的“公共连接”(public connection)研究所得出的结论与一般人的看法有矛盾^[91]。

媒介宣传和实际的媒介使用分道扬镳,很有道理。我们很容易忽视两者脱节的关键形式,包括许多人主动选择不购买或使用某种技术的情况,这是迄今仍然被忽视的媒介研究领域^[92]。基于媒介技术新潮的研究报告常常使我们误解技术变革的速度,因为它们低估了习惯的惰性。习惯不像新闻天天变。不错,用多种媒体完成多重任务的情况比以前多了,但在多种平台上与亲友交流的能力正在成为许多人基本的能力,不分贫富。但复杂情况难以对付,所以简化网上媒介使用的新方法正在成为惯例。菲利普·拿波利(Philip Napoli)察觉到互联网的“大众

化”(massification),大多数在线活动围绕少数几个网站进行,网站的数量比我们预料要少^[93]。简易的新设备比如iPhone简化了我们与多元一体媒介的界面。从更宽广的视域来看,媒介技术只有在日常语境中与我们的大范围习惯结合在一起,与我们办事的方式结合在一起时,我们的媒介习惯才会变化。手机应用软件的力量在于,它们能重构我们与媒介互动的基本习惯。在这里,大范围的权力博弈动态隐含的命题是很深刻的:正如苏珊·哈尔彭(Susan Halpern)所言,“通用软件一问世,它必定是谷歌网的软件,而不是普世的软件”^[94]。

单从技术的立足点看问题,媒介实践与世界的啮合是不能预测的。媒介的界面和应用快速变革时,把握这样的结合与脱节尤其难把握。雷蒙德·威廉斯对“移动私人化”(mobile privatization)的技术进行的探讨颇为著名,这是比较早的洞见:一方面,增加的移动性(商品、人员和信息的移动)使家庭成为自足的“私密”场所,人们在此看电视,从这里驱车外出;另一方面,家园和共享的公共空间的旧形式出现了新的脱节。变化中的媒介生产的新视野出现了,比如《卫报》编辑艾伦·拉什布里杰(Alan Rusbridger)就提出新闻的“共同化”(mutualization)理论;这样的新视野透露更多的新结合,而不是脱节^[95]。

媒介使用习惯的变化和大范围的习惯包的变化是一致的,我们日常的实践由这些习惯包组成。比如,在政治抗议时期就大量使用社交媒介,但政治动荡却是大范围变革的蹩脚向导,因为政治动荡是例外而不是常态。娱乐和“使生活结为一体”的基本需求也许是更有用的向导。乔纳森·克拉里(Jonathan Crary)指出,社会和文化“注意力的态势”(以及不注意的态势)随历史而变迁,倘若此说不错,全球媒介的议程向娱乐的迁移,也许就是日常的媒介使用正在发生的最大的变革^[96]。这就使我们过渡到下一个问题:媒介生产经济学底层的不确定性。

三、媒介的运行还有经济活力吗?

本书的主要关怀不是媒介经济学,但我们不能忽视媒介经济活力出现的变化,这些变化构成的挑战是:什么媒介能生存,以什么形态生存?

首先是好消息。尤查·本科勒(Yochai Benkler)认为,互联网开放的“端对端”结构^[97]、其超文本性和低成本都是对文化生产的强大刺激^[98]。但从主流媒体的角度看,事情看上去是另一回事。请考虑历史悠久的媒介格式筹集资金的经济模式。姑不说公共服务的广播,那要受政治压力的影响;且说靠广告营运的媒体正面临极大的压力,因为广告收入正转向网络(Craigslist分类信息网站、eBay易趣网、在线假日预定网站)。即使并非像有人鼓吹的那样富有戏剧性,受众习惯的变化也可能引起商务感知的变化,它们改变了媒体的收益基础;当受众感觉到,广告的唯一趋势是上网时,他们的媒介习惯尤其会得到强化,尤其会受到大集团

公司商务模式的强化,大公司不会对媒介企业的特殊性做出让步(《洛杉矶时报》近年的萎缩即为一例)^[99]。

纸媒报纸的情况尤其显著。在英国和美国报业中,广告收益的损失是实实在在的,这和读者人数的减少有关系。地方报纸上的分类广告市场几乎破产,因为互联网上的其他选择很方便。保罗·斯塔尔(Paul Starr)根据英国的情况对此做了概括:“互联网破坏了报纸作为市场中介力量的角色。”^[100]倘若没有其他娱乐性更强的媒体节目(体育、闲话、名流新闻)和横向补贴,倘若新闻的生产从来就不曾独立赢利,那会是什么样的局面呢?倘如此,报纸“包”就会分解为大量的超文本链接,就会对新闻生产的活力构成根本挑战^[101]。同时,特尔希·兰塔伦(Terhi Rantanen)指出,无论何时何地,准新闻的“信息”都可以随时获取,于是,“靠一般的新闻服务获利就越来越难了”。如果是这样,分类包装的现代新闻就会被许多人讲述的没有分殊的“新故事”取代吗?就会使我们想起现代新闻制度出现以前的时代吗?迄今为止,新补贴形式是否会出现,以抵消报纸下降的经济活力,这一点尚不确定^[102]。

然而,媒介广告并没有单一的走向。2011年3月,英国的传媒独立监察机构Ofcom宣告,2010年的电视广告市场扩大了,而且全球电视广告市场也扩大了^[103]。同时它又宣告,对是否能找到在线广告可行的通用模式的问题作出判断,为时尚早。

然而有一些深层的因素在重构媒介经济。数字时代媒介受众更加难以理解,对试图吸引其注意力的人而言,这种可能就是挑战;广告商一直是媒介环境的驱动力^[104]。由于分离媒介的汇合,人们在媒介环境里运动的轨迹千变万化,如果生产者和广告商都难以形成模式,那可怎么办?约瑟夫·塔洛(Joseph Turow)率先探索受众销售机制,他显示,受众游移不定的形貌对媒介产业产生了深刻的影响,电视或新出现的平台对受众的设想难以定性。业界的目标受众聚焦于个体的高价值消费者,不是通过具体的媒介包(可以投放广告的节日或连续剧),而是通过网上继续不断地追踪目标受众个人,追踪他们的运动轨迹。这会不会削弱一般受众的概念,削弱媒介生产者对共同的公共世界的责任感呢?非目标受众的价值在下降,而区分更加明朗的利基(niche)受众则重要得多。分割市场的营销对政治受众产生什么样的长期影响?对这个问题也可以做出类似的判断^[105]。

然而,即使富可敌国,个体消费者的口味也需要落地在广阔的信念网络上^[106]。可见,塔洛分析的总体含义仍然是不确定的;实际上,这把我们引向另一个不确定性,媒介作为社会机构变化中的地位是不确定的。

四、媒介机构的社会/政治地位正在发生什么样的变化？

媒介机构——实际上一切媒介生产商都生产表征意义：他们表征世界（可能的、想象的、可取的、实际的世界）。媒介对真相进行或明或暗的宣示：媒介表征里的缺口和重复如果有足够的系统性，就可能扭曲人们的感知，人们对社会政治领域里能看到什么就可能被扭曲。现代性集中化的关键机制（阶级、社会、政治、文化机制）倚重媒介作为传播基础设施的作用^[107]。詹姆斯·贝尼格（James Beniger）的名著《控制革命》（*The Control Revolution*）极富洞见，意在辨认19世纪中叶工业革命中的社会（如美国和英国）面对的“控制危机”（crisis of control），研究信息和媒介生产在解决这场危机中的作用^[108]。现代媒介机构与现代社会组织孪生的现象并不是西方的特产。在当代的印度、中国、伊朗和巴西，这种现象正在展开，只不过具体情况有国别特色而已。

表面上，这就是媒介在社会肌体里必然的角色；我曾经将其称为“媒介中心神话”（myth of mediated centre）^[109]。我在这里说“表面上”，因为总是有另外的历史选择（历史没有神学，请黑格尔原谅我这样说）。某些技术和发明被采纳而成为“媒介”（基特勒敏锐地揭示这一道理），有一定的偶然性，但我还要说，“现代化”和“集中化”的一切过程也有极大的偶然性^[110]。“中心”未必是社会组织特征，“媒介中心”更说不上如此：更准确地说，随着时间的流逝，事物都处在进行性的组织过程中，借用布尔迪厄的话说万事万物的演进，仿佛都必不可少。我们的“媒介”观念本身即为一例^[111]。从多种媒体产业的分离动态中浮现出某种普通的、神话的“媒介”（the media）。这一观念被日常的社会功能主义复制。我们不能忽视媒介话语里社会“秩序”的主张，也不能忽视其中代表社会“秩序”的主张。无论在欧洲或北美，或在非洲国家威权扩张的历史过程中，我们都不能忽略这样的宣示^[112]。

然而，如果媒介生产、消费和经济的动态关系正在瓦解媒介中心神话，那该怎么说呢？如果“the media”观念本身正在内爆，就像我们所谓的各种媒介界面正在内爆一样，那又该怎么看呢？我们再次重申，破坏性的动态关系并不是技术力量本身：互联网将一切分离的文本（想想 YouTube）联系起来，性能非凡，使“the media”继续作为参照点的观念更容易被接受了，而不是难以被接受了。破坏性的源头是，技术的可能性是如何与大范围的经济、社会和政治力量结合的。塔洛对媒介产业对一般受众的兴趣减少作了分析，找准了破坏性的经济动态关系。然而，如果我们要维持基本的消费者需求（时尚、音乐、体育需求），那就需要“the media”观念来提供共同的参照点，如此，我们就能转向这些参照点去看，正在发生什么变化，什么东西“酷”。实际上，大媒体公司越来越注意寻找“噱头”，以驱动

各种各样的用户去跨平台追寻内容,以便沿路生成广告受益^[113]。格雷厄姆·特纳(Graeme Turner)指出,大众媒介的衰落并不等于媒介“中心”的衰落。在多出口的数字媒介时代,媒介机构声称“中心”更为重要了,因为它们为自己提供的广泛的“价值”辩护^[114]。为“媒介中心”代言并将受众与“媒介中心”联系起来的能力更加重要了,因为它在社会政治现实里的参照点比过去更为脆弱。中心控制的名流生产日益困难,于是,名流故事不是减少了,而是热得发狂。许多形式的受众互动非但没有民主化,反而为媒介生产商提供了关键的市场信息,同时又强化了受众对特定产品的认同^[115]。

有关媒介底层社会动态关系变化的言论同样是颇有歧义的。几十年来,“直播”(liveness)一词给我们的感觉是,我们必须打开从中心向外发送信息的媒介去检查,“正在播什么节目”^[116]? 这样的社会冲动不会突然消逝。但如果新出现的“直播”形式主要是人际传播呢? 通过智能手机和组织者,社交网上是不是正在出现一种社会“直播”呢? 用肯·希利斯(Ken Hillis)的话说,是不是在出现“分散配置的社会中心”呢? 换句话说,这样的“直播”固然有中介,但那中介却不是中央媒介机构^[117]。如果社会交往正在改变我们“何为新闻”的感觉,那又如何? 如果那改变是从公共政策转向社会流(social flow),那就是一场根本的变革了,那将堪比16世纪和17世纪“新闻”一词的诞生^[118]。

我们再次看到,辩证分析胜过线性分析。至少,优视网是受众成员和媒介公司在中介机制。媒介机构(BBC、NBC、音乐专业人、商务品牌)在社交网上容纳个人介绍,这些个人化的数据对营销人很有用,对控制这些数据的机构(谷歌、脸谱)而言,这些数据具有重大的金融价值。推特成了命令炒作的重要舞台:2011年5月,世界娱乐新闻网(WENN)签署协议,独家发布名流在推特网上的照片^[119]。社交网上回馈的信息使之特别适合造成利基产品和一般产品的“轰动”,这样的信息又回馈给主流媒体。社交网非但没有聚焦于另一个“中心”,社交网和主流媒体建构中心的机制越来越紧密地纠结在一起,就像双螺旋线;在当今世界,营销本身越来越注重模拟“会话”,日益重视“调动消费者的能动性”^[120]。但没有迹象表明,这一双螺旋线是否能放大一般的新闻消费。这不是要否认社交媒介在冲突的情况下能发挥政治作用。与此同时,媒介机构与社交媒介的连接是其维持社会地位的一种方式。难怪,社交网上的新闻很快就被主流媒体放大了(见第五章)。但尚无迹象表明,对国家一级的广播公司的需求正在下降。收视、收听和阅读国家主流媒体的原因是复杂的,正如一位中国观众所言:“我们知道,电视台只播放政府想要我们看的节目,但那并不是说,这些节目不值得看……如果我想获得不同的视角,我可以随时上互联网。”^[121]那些复杂的原因并没有消失。

稍微拓宽一点看,媒介和“社会”(the social)的关系常常与国家政治的命运纠缠在一起,实际上与一切政治纠缠在一起。政治学有一条尽人皆知的道理:政治是有中介的,所以媒介传递的政治图像不“仅仅是另一种”叙事:这一叙事凸显的是当代政治的“露面的空间”(space of appearances)^[122]。国家并没有消亡;实际上,国家的社会监督和边境防卫工程反而更加雄心勃勃了^[123]。政府必须关注“媒介”的命运,所以它们通过社交网追求新政治的受众,突出表现在奥巴马总统2008年竞选时对社交网的使用。在这里,大型政治机构和大型媒体底层的利益交汇在一起,它们都要通过媒介中心的建构来维护自己的权威。《卫报》和BBC很高兴,2009年4月1日伦敦20国集团的抗议活动爆发时,它们都甘心当抗议活动的仓库,连旁观者伊恩·汤林森(Ian Tomlinson)挑战警察有关严重冲突叙事的视频也在储藏之列。媒体公司利用互联网用户生成的内容,以加强自己作为主要叙事者的地位。这是旧酒新瓶的策略。首先注意到这一策略的人叫芭比·泽利扎(Barbie Zelizer),她指出,肯尼迪被刺及其后续的电视报道使用了这一策略。BBC网站上对埃及革命的一则简短的报道写道:“在目前的动乱中,社交媒介发挥了关键的作用,人们纷纷向推特网发信息。”^[124]

如果媒介中心主义维持下去,其代价可能是娱乐政治的核心地位,这就符合道格拉斯·凯尔纳(Douglas Kellner)比较宽泛的论断:“娱乐正在形塑从互联网到政治的一切生活领域。”^[125]娱乐主导的地位(投资少于调查性新闻)适合弱势媒介机构的底线经济,但娱乐主导的态势和许多政治语境与结果都是协调的,这样的政治局面有:前南斯拉夫后社会主义的竞争性民族主义;中国社会主义/市场的混合政治;菲律宾后独裁体制脆弱的民主政治。有时,比如在具体的阿拉伯世界或小布什总统的美国,娱乐可能是挑战传统话语和精英话语以求突破的最有效的方式,人们借此发出声音,提出问题^[126]。

然而,围绕媒介机构的社会价值所提出的这一切问题,贯穿着更大范围的不确定性。

五、媒介在多大规模上产生影响?

媒介产生影响的最重要的方式之一是社会、经济和政治的规模:这就是媒介的空间和地域表征暗示的规模(见第四章),以及媒介在空间里的流通和连接所产生的规模,本章集中讨论这后一种规模。

媒介是在空间里的流动过程。媒介“在空间里”运行,因为它们促成了内容和传播的组织,结果就产生了“媒介里的”空间,曼纽尔·卡斯特将其称为“流的空间”(space of flows)^[127]。媒介使社会、经济和政治的过程实现很大的规模的协调。实际上,媒介改变了我们言说社会的规模,不过,媒介又将不平等(首先是能